浅论电视媒体的发展策略

摘　要：互联网技术和移动媒体平台是目前的时代潮流，新媒体应运而生，正在逐步地取代传统媒体成为主要的传媒渠道，新媒体的发展给我国传统电视媒体带来了巨大挑战和冲击。新形势下，电视媒体只能通过主动连接网络、引入新媒体元素来发展自身，从而赢得更多的生存空间。本文就当前传统电视媒体发展现状及策略进行分析，以期适合新时代的需要。

关键词：电视；新媒体 ；策略

中图分类号：G210　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2018）10-038-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.010

文 / 窦磊

引言

自进入 21 世纪以来，随着互联网技术和移动互联网终端的飞速发展，出现了一些新的媒体格式，如互联网主页、博客、微博、WeChat 公共账户等。其独特的优势，加上移动数字终端的发展，迅速登陆传媒行业，并在短时间内赢得了广大受众。无论是年轻群体还是中年群体，它已成为当前信息的重要组成部分。手段。同时，传统媒体似乎也遇到了一定程度的“冷”。在新媒体环境下，传统媒体市场份额被掠夺，利润空间被迫缩小，整体发展环境比以往更加明显。恶化。为此，电视媒体应充分认识新媒体背景下电视媒体所面临的挑战，积极改变自身的态度，在新媒体背景下找到自己的突破之路。

1. 电视媒体的现存问题

1.1 电视媒体的低创收

在媒介融合的背景下，电视媒体的收视率及市场份额也在下降。进入信息社会后，网络和人们的思维以及行为被新媒体和信息化社会所转变。但是，大部分的传统电视媒体忽略了信息化的的转变，传统的发展模式仍继续在使用，而该领域的便到达了其发展的瓶颈，观众们大多数都会被一个高质量的电视节目所吸引，然而在当前的情况下，更多的观众会选择通过其他途径观看节目，电视媒体吸引力的逐渐变小，创新能力和生产能力不足，大量地电视媒体对节目进行抄袭和复制，日益严重的电视的同质化现象，也导致了观众的人数下降。

1.2 缺乏优秀媒体人才

在当下的情况，媒体产业之间竞争最为激烈和占据比例最大的因素乃是优秀人才，然而，我国电视传媒专业人才匮乏，许多传媒人才由于种种原因涌入新媒体领域。许多电视媒体在节目上不创新，不改变工作方式，导致电视媒体工作内容模板化，不仅如此，在人才的培养方面，存在着十分显眼的问题。传统媒体人才从传统电视媒体体系中诞生却没办法与电视媒体的发展相接轨，进而逐步降低了电视传媒的地位。

1.3 电视媒体地位逐渐下降

传统电视媒体仍然一成不变地停留在过去，创新和发展被它们所忽略，很多电视节目出现并没有严格控制电视内容制作，作为市场份额的下降，社会信誉和信誉。目前信息传播的加速，电视媒体传播是更多信息符合的集合。语言

音响、照片、图画、文字等都可以被综合运用，这些符号作用于人的听觉和视觉器官，使信息传播更加直观、生动、电视立体化的信息传播是它能呈现给受众真实、强烈而丰富的现场符号，当具体的事物状况展现在受众面前时，受众犹如直播在现场参与一般。受众不再像过去只能是被动地去接受信息，而是积极地加入到信息制作和传播之中，产生参与感，激发其情绪，从而被牢牢吸引住，因此，受众和人才都纷纷投入新媒体的怀抱。

2. 新媒体的发展状况

2.1 双向互动形式

新媒体不仅更快地传播和传播信息，而且增加沟通和互动用户的灵活度和能力，互动的范围有所大大地提高，受众由被动变为主动，随心所欲地从媒体中“点”出所需的信息，形成了更直接且方便的交互方式，也正因为，具有丰富和多样性的新媒体信息传播方式，用户的使用感有所提升。于此同时，人们在这个阶段实现按需免费的需求并且快速地满足了他们的欲望。用户可以

打破了传统局限于在时间和地点上的媒体，并以信息技术的新媒体为其基础，进而根据自己的情况选择合适的时间去接收信息。

2.2 用户兴趣的满足

互动是指信息的传递方与信息接收方之间的双向互动沟通交流，在传统媒体中，受众只是作为一个单纯的接受者而存在的 。与传统电视媒体被动接受不同的是信息选择权在用户中，为用户带来了直接的便利是该新媒体的特点，这业使得人们能够经过新媒体去获取所需的信息并且可以独立地选择不同的途径去获取，也可以实时参与媒体的传播活动，媒体和受众形成充分的双向交流。可见，新媒体更加注重新媒体信息传播方式具有多样性，满足了用户利益和其他更多的人对信息的要求，使信息的接收更加自由同时更多的用户被吸引，新媒体的发展提高了，新媒体的影响力加大了。

2.3 方便快捷的使用方式

在互联网络的世界里，迅速发展的新媒体计算机技术激发了观众的主观能动性，新闻、视频和游戏极大地丰富了人们的生活方式。人们可以自主接受信息，消化信息，在不违背法律和道德的前提下，对感兴趣的话题发表言论，在内容上具有很大的选择性和自主性，人们的生活和行为模式都为之改变。

3. 电视媒体的发展策略分析

3.1 支持传统电视媒体和新媒体的共赢合作

在当下开放共赢的时代潮流的之下，新时代的主题是分享合作，我国许多电视媒体都与新媒体有合作关系，促进自身的进步与发展，在整合与发展中，为了更好地去实现信息传播，而央视同时还跟腾讯、优酷等视频网站有着密切的合作关系。因此可见，进驻网络媒体平台是电视媒体的重要任务，电视媒体与新媒体加强合作与交流，同时，人们的生活方式和生活理念被飞速发展的计算机网络技术所改变。人们从被动接收新闻信息转变为主动接收和发布信息。媒体的工作内容和工作方式在不断变化。

当前，在新旧媒体传播的现有环境下，要不断创新传统电视媒体，将新旧媒体整合起来，以促进我国传媒业的发展。电视节目可以在公交车上播出，在各大视频网站上建立自己的宣传平台，增强受众影响力。电视媒体可以向新媒体传递自己的内容，新媒体应该学会与电视媒体合作，认识到整合发展的重要作用，了解观众观看新闻节目的习惯。新媒体应该积极配合电视媒体获取官方新闻和信息，从而进行有针对性的深入，不断拓展其功能。

3.2 相互参考，互惠互利

促进电视媒体与新媒体的协调发展、互动性和开放共享，了解受众的需求。使电视节目具有审美性，发挥内容合法合理的巨大优势。互联网全球化的特征，决定了其文化的多元性，它通过超链接、超文本的手段，运用数字技术将全球文化用网络的方式联结在一起，提高了人们运用信息的效率，人们利用平台，根据自己的需要，在互动平台方便快捷地浏览和查询信息。增加了大众的互动，同时，通过大众对新闻事件的传递与共享，新闻得以扩展，并且得到了更多的关注，从而形成了独特的交互式新闻叙事模式。

3.3 完善电视媒体内部体制

面对新媒体的冲击，电视媒体不能盲目排斥，不能坐以待毙，而是要优化自身的组织结构，为电视媒体进入新媒体时代提供组织依据。电视媒体过去单向的信息输出，很难与观众互动，电视媒体与观众之间存在一定的距离。因此，电视媒体应充分利用微博、微信、论坛等互联网互动平台，组织网络传播活动，广泛听取意见和建议，积极采纳合理、科学的意见或建议，促进自身业务的进步。

结语

电视媒体的发展需要战略变革，多样性发展，并且要从用户需求的角度实现便捷的信息传播，提高用户体验，促进电视媒体的实质性发展。媒

参考文献

[1] 蔡庆国 . 电视新媒体发展策略探析 [J]. 新媒体研究，2018（17）：75-76[2018-10-02].

[2] 郑佳武 . 论融媒体时代电视媒体的突围 [J]. 出版广角，2018（16）：64-66.

[3] 孟宏发 . 城市功能完善视域下新媒体参与社区治理的创新路径——以河北省唐山市为例 [J]. 现代商贸工业，2018，39（28）：15-17.

（作者单位：团中央学校部）